Nr. 10 Poznań, dnia 11 marca 1931 Rocznik 12

PRZEGLĄD GRAFICZNY
WYDAWNICZY I PAPIERNICZY

Tygodnik dla spraw przemysłu graficznego, wydawniczego, papierniczego i przemysłów pokrewnych

PRZEGLĄD GRAFICZNY

Organ Związku Organizacyj Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce z siedzibą w Warszawie

Adres redakcji i administracji: Poznań, ul. Masztalarska 8 — Telefon 25-55 — P. K. O. Poznań, 202 868

Treść numeru

Komunikaty

Korporacji Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Województwo Pomorskie z siedzibą w Toruniu

Na zasadzie § 124 ustawy przemysłowej otrzymali dnia 3 marca r. b. świadectwo ukończenia nauki w przemyśle graficznym:

1. Paweł Laniecki, składacz z drukarni „Pielgrzyma“ w Pelplinie.
2. Jan Maćkowiak, składacz z drukarni Pom. Kraj. Zakład Wych. w Chojnicach.
3. Edmund Marchlik, składacz z drukarni Pom. Kraj. Zakład Wych. w Chojnicach.
4. Franciszek Mioskowski, składacz z Zakładów Graficznych Bolesław Szczuka w Wąbrzeźnie.

* * *

Szanownym Członkom naszej Korporacji, którzy jeszcze nie uiścili składki za rok obrachunkowy 1930/31, uprzejmie przypominamy o uregulowaniu, gdyż nasz rok w tym miesiącu się kończy, a nasze Nadzwyczajne Walne Zebranie odbędzie się już w sobotę, dnia 18 kwietnia r. b. w Toruniu, na którem musimy przedłożyć sprawozdanie kasowe. Nasze konto PKO. ma nr. 211 053.

Kryzys gospodarczy a akcja propagandowa w Polsce

II.

Bardzo dalecy jeszcze jesteśmy od zagranicy pod względem sztuki werbowania — i to bez porównania. Zagranica traktuje propagandę jako specjalną dziedzinę, która podobnie jak wszystkie inne, przechodzi różne fazy nowych prądów, nadawanych z kolebki reklamy — z Ameryki. Choć sztukę propagowania, w ogólnem zrozumieniu, nazwać poniekąd musimy dzieckiem — w stosunku do innych dziedzin — to przyznać trzeba, że jakkolwiek jest jeszcze dzieckiem, jednak posiada rozum „starego“. Jej mistrzowie zaabsorbowani są obecnie wyrugowaniem niesmaczności i blagi. Dawniej mówiono — kto chce przemawiać do mas, musi czynić to w sposób prostomówny. Tekst inseratu musiał być wyrażony prostolinijnie, mało przykładając wagi ku temu, czy tchnął on w swej przejrzystości przedewszystkiem wykwintem i prawdomównością, inaczej nie spodziewano się od niego rezultatów. Tak też twierdzi w swoim dziele o propagandzie Hopkins, lecz pisał je bardzo dawno temu, ta teorja nie ma więc dziś już zastosowania za wyjątkiem wypadku, kiedy pragniemy przemówić do ludu wyłącznie wiejskiego lub roboczego.

Nowa szkoła dąży z całą energją do wyeliminowania z zakresu działalności propagandy wszelkich jarmarcznych „tricków“ reklamowych. Zdarzają się one jedynie jeszcze w wschodnich i południowych stanach. Opiszę jeden z takich „tricków“:

Dwóch przebranych za sanitarjuszy chłopaków kinowych obnosi przez miasto nosze z zawiniętą figurą woskową, z której nic więcej nie widać poza bladem obliczem. Ukryty gramofon wygrywa jedną ze znanych płyt śmiechu ludzkiego. Plakat oznajmia, że wielu musiało się tak mocno śmiać na ostatnim filmie humorystycznym, że roześmiało się na śmierć.

Podobnym „trickom“ pragnie się położyć kres. Natomiast dla nowego prądu stworzono słowa bojowe „Sales appeal“ — słowa bardzo dużo mówiące, nie dające się nawet dosłownie przetłumaczyć, najtrafniejszem określeniem byłoby może słowo „wabik“. Ten nowy prąd ma z sztuki propagowania wyrugować wszystko to co jest gruboskórne. Reklama może być dowcipna, lecz zawsze powinna być uprzejma, nowoczesna i wytworna, nigdy niesmaczna i kłamliwa.

Największą wartość i zainteresowanie przyznano propagandzie ogłoszeniowej. Ilustrowanie ogłoszenia, układ i ogólny charakter musi uderzać takim czarem estetyki, że żadne oko prędko od niego nie odbiegnie. „Sales appeal“

ukazuje się szczególnie silnie w serji ogłoszeń jednej z wielkich fabryk papierosów. Każde ogłoszenie przedstawia moment z życia człowieka, w którym należy zachować przytomność umysłu i tak: przed wygłoszeniem mowy — przed rozpoczęciem egzaminu — przed aktem ślubnym. Tekst zawsze brzmi ten sam: „zachowaj pan zimną krew — radzimy zapalić papierosa Murad'a".

Dalej — czyż nie jest odbiciem szczerości poniższy tekst? Czyż nie przekona on do pierwszego wypróbowania?

„Nasz preparat nie umie czarować, nie uczyni z kobiety w podeszłym wieku młodej, z brzydkiej nie uczyni skończonej piękności, lecz ten wabik, który pani posiada, nasz preparat szczególnie podkreśli i zachowa go jak najdłużej".

Nowoczesny prąd nakazuje podawać w ogłoszeniu cenę danego artykułu, wychodząc z tego założenia, że to przyczynia się do powzięcia zamiaru od razu, konsument może z góry wstawić sumę daną w swój budżet wydatków, a pozatem wzbudza zaufanie, że artykuł ten musi być istotnie tani. Zaleca się utrzymać ogłoszenie możliwie w sposobie fotograficznym, najmniej rysunkowym. Jest twierdzenie, że fotografja wzbudza również najwięcej zaufania.

Jeżeli rezultaty propagandy ogłoszeniowej mają być pewne — imponujące — jeśli chodzi o pozyskanie stałych odbiorców, wtedy w grę wchodzą inne jeszcze czynniki, czynniki pomocnicze, które decydują o pozyskaniu konsumenta na stałe. Samo ogłoszenie zasadniczo ma cel przekonać do pierwszego wypróbowania wzgl. przybycia do kupca, przytem specjalnie nie będę podkreślał, że artykuł swoją jakością i ceną sam za siebie musi działać.

Jednym z bardzo ważnych czynników pomocniczych są druki propagandowe i objaśniające (ewt. na opakowaniach), bez których nie wypuszcza się towarów na rynek (z małemi wyjątkami). Tutaj sam tekst nie spełnia zadania, trzeba więc zilustrować fotograficznie i nie tylko w formie katalogów z odbitkami artykułów, lecz w podobny sposób jak ogłoszenie, by trafić w wyobraźnię konsumentów. Olbrzymie zastosowanie ma w Ameryce system wypuszczania towarów w estetycznych opakowaniach, masowo przygotowanych. Że ten właśne system może mieć w sobie duże znaczenie słów „Sales appeal", to jest jasne. Tak więc to co dawniej dostarczano w workach, dziś wychodzi wszystko w gotowych opakowaniach, osiągając przytem do pewnego stopnia system standartowy. Spodziewać się można, że w Ameryce niedługo nie będzie żadnego artykułu, któregoby nie dostarczano w pudełkach, papowych opakowaniach i innych. U nas niejednokrotnie ten system również się stosuje, jak w sprzedaży margaryny, makaronu i innych. Dla scharakteryzowania tempa w tym kierunku Ameryki, opiszę następujące:

Niedawno temu wielka rzeźnia w Nowym Jorku zapoczątkowała dostawę wszelkich wyrobów mięsnych dla swoich filij w gotowych już do sprzedaży opakowaniach. Wchodząc do takiego magazynu, w pierwszej chwili wydaje się, że człowiek zbłądził, wkoło biegną szklane ochrony, pod któremi leżą wzory, jak kotlet, nerka, wątroba, wszystko czysto i hygienicznie opakowane, z okienkiem z szklanego papieru, dzięku czemu jest towar dla gospodyni dostrzegalny. Klient wybiera i po kilku minutach otrzymuje towar przy pomocy poczty rurkowej, bliżej kasy. Ponieważ podłoga wyłożona jest filcem, pozatem magazyn przystrojony jest kwiatami, sprzedawaczki miast białych kitlów mają na sobie czarne sukienki, odnosi każdy wrażenie, jak gdyby się znalazł w jakimś luksusowym składzie rękawiczek, lecz nigdy u rzeźnika.

(Dokończenie nastąpi)

Rozwój drzeworytnictwa w Japonji

(Dokończenie z nr. 9)

Niema w nim żadnych transpozycyj (np. różnych kolorów na różnego rodzaju kreski), nic nie jest pozostawione osobistej inicjatywie rytownika, obowiązkiem jego jest tylko jak najwierniej oddać na drzewie każdą linję czy kreskę rysunku. Artysta daje na tym ostatnim wszystko, rytownik nie ma nic do zmieniania i uzupełniania i, wskutek tego, odbitka tak wykonanego drzeworytu, jest najściślejszem facsimile oryginału rysunkowego.

Sama forma drzeworytu japońskiego (wielkie lub małe quarto), taka różna od wydłużonych pionowo kakemonów lub szerzących się poziomo w nieskończoność makimonów, wskazuje, że bierze on początek z ilustracji książkowej. Pierwszy przykład takich ilustracyj o charakterze — co do treści i formy — czysto narodowym, spotykamy w roku 1608 w powieści historyczno-rycerskiej — Isse monogatari.

Po niej, stosunkowo nieliczny szereg podobnych książek ciągnie się przez cały prawie w. XVII.

Ilustracje ich są rysunkowemi kopiami miniatur, wykonanych przez artystów szkoły tosajskiej, które, pierwotnie, zdobiły zbytkowne dzieł tych rękopisy. Po wydrukowaniu na czarno tych ilustracyj, wydawcy kazali później częstokroć iluminować je ręcznie, trzymając się gamy kolorów, używanej w szkole tosa.

* * *

Oryginalny, twórczy drzeworyt pojawia się dopiero w okresie zwanym przez Japończyków (którzy dzielą swą chronologję na pewien rodzaj cyklów): genroku.

Epoka ta, obejmująca koniec XVII i pierwsze lata XVIII wieku (1688—1703) stanowi dla sztuki japońskiej mniej więcej to, czem wiek XV był dla sztuki włoskiej, zdumiewa niesłychanie bujnym rozkwitem wszystkich naraz sztuk pięknych, oraz ilością wielkich ludzi we wszystkich dziedzinach artyzmu.

Obok znakomitych poetów i malarzy, żyli i działali wówczas tacy mistrzowie sztuk dekoracyjnych, jak Korin, niewymowny artysta laki; Kenzan, znakomity twórca w dziedzinie ceramiki ozdobnej; Rytsuo, sławny inkrustator i cyzeler; wreszcie Ishigawa Moronobu.

Współcześni i najbliżsi następcy tego ojca drzeworytu japońskiego, Kwaigetsodu, Okumura, Masanobu, Sukenobu, mogli mieć więcej smaku dekoracyjnego, więcej płynności w linjach, większą miękkość w draperjach,

więcej wdzięku, słodyczy lub szlachetności w postaciach niewieścich.

Drugim, granicznym niejako punktem w dziejach drzeworytu japońskiego jest pojawienie się w początku XVIII wieku pojedyńczych rycin, w przeciwstawieniu do albumów i książek ilustrowanych, wyłącznie prawie u Moronobu, panujących — oraz coraz częstsze, nieprzypadkowe już uzupełnianie czarnych odbitek drzeworytowych ręcznie nakładanemi barwami, które musiało doprowadzić do druku kolorowego.

Obie reformy te wiążą się z imieniem Torii Kiyonobu, założyciela szkoły czy dynastji artystycznej Torii, która w ciągu całego XVIII wieku zajmowała się przedewszystkiem odtwarzaniem postaci aktorów w różnych rolach, oraz głównych scen ze sztuk najbardziej ulubionych.

Z 1743 roku pochodzi pierwszy znany druk barwny, gdzie i kolory nakładane są już nie ręcznie, lecz zapomocą kolejnego odbijania osobnych dla każdej barwy klisz drewnianych. Autorem tej dwubarwnej ryciny jest Shigenaga.

Czy wynalazek był jego własny, czy też artysta ten miał tylko szczęście, że, z najdawniejszych dzieł, nowym sposobem wykonanych, jego właśnie się przechowało — niewiadomo.

Dość, że imię jego związało się z tym postępem w rozwoju drzeworytu.

Nowy sposób zyskał natychmiastowe uznanie; kolorowanie ręczne czarnych druków nie ustało wprawdzie w tej chwili, ale usunięte zostało na drugi plan — i wszyscy artyści rzucili się do drukowania, naprzód w dwóch użytych przez Shigenagę barwach: różowej i zielonej. Skąd się wzięła ściszona, harmonijna kombinacja tych dwóch właśnie kolorów, po zupełnie innych, inaczej układanych i daleko bardziej urozmaiconych barwach przy malowaniu ręcznem, nie wyjaśniono jeszcze.

Tem dziwniejszem też może się wydawać, że przetrwała ona bez zmiany u wszystkich współczesnych artystów, niespełna lat dwadzieścia.

* * *

Dopiero około r. 1760, Shigenaga, uczeń jego Toyonobu, oraz malarz Kiyomitsu ze szkoły Terii, jęli dążyć do stopniowego zwiększania liczby barw i odcieni, bądź przez wprowadzanie nowych kolorów, bądź przez mieszanie farb, bądź wreszcie przez nakładanie jednych plam barwnych na drugie.

Dążenia te wszakże ograniczały się z początku do trzeciego koloru: Shigenaga wprowadził żółty; Toyonobu — żółty, a potem niebieski, i próbował, prócz tego, osiągnąć nowe tony przez drukowanie czerwonej barwy na zielonej; Kiyomitsu uporczywie używał koloru niebieskiego, tak, że po tej oznace rozpoznawać można jego dzieła. Nadto, barwy pokrywały z początku rycinę tylko w części: odzież wyobrażonych na niej osób i pewne kontury; tło, nie grające jeszcze żadnej roli, świeciło bielą papieru, a wiele akcesorjów drukowało się tylko czarno, bez udziału kolorów.

Około roku 1765, uczeń Shigenagi, Suziki Harunobu, zrobił stanowczy, przełomowy krok naprzód i otworzył nową epokę w dziejach drzeworytu japońskiego.

Przedewszystkiem ugruntował ostatecznie drzeworyt wielobarwny.

Pomnożywszy liczbę klisz do sześciu, siedmiu i nawet dziesięciu, zużywszy umiejętnie drukowanie jednych kolorów na drugich, oraz tak zwane odciski ślepemi kliszami. Były to klisze, któremi na sucho, bez koloru, lecz za to wypukło, wytłaczano na samym końcu różne delikatne szczegóły rysunku, zdołał osiągnąć takie urozmaicenie i taką świetność kolorytu, a zarazem taką czystość i subtelność tonów, że mało z późniejszych artystów pod tym względem przewyższyć go zdołało.

Odtąd już drzeworyt japoński rozwinął się i wszechstronnie i wspaniale.

Nazwy materjałów introligatorskich

Do lepszych opraw książkowych używa się nietylko skóry, lecz i atłasu, moiré itp., a więc materjałów wyrabianych przed wiekami w krajach wschodnich i stamtąd przywożonych do Europy. Dziś wszystkie te materjały wyrabia się w Europie i w wielkich masach eksportuje się do pierwotnej ich ojczyzny, oczywiście w gatunkach pośledniejszych od pierwowzorów.

Nie od rzeczy będzie zatem przypomnieć sobie pochodzenie nazw materjałów, z któremi introligator spotyka się często przy oprawach książek.

A t ł a s, tkanina jedwabna, z jednej strony pięknie połyskująca, pośledniejsze gatunki zwane atłasami półjedwabnemi, mieszane z bawełną, i czysto wełniane, najkosztowniejsze gatunki wyrabiane we Francji (Lyonie); — pierwotną ojczyzną jego jest Arabia, około w. XV. ukazał się po raz pierwszy w Europie, najpierw we Włoszech; słowo „atłas" pochodzi od arabskiego czasownika „talasa", co oznacza: czyszczenie włosów.

Nazwa m u ś l i n wywodzi się od miasta tureckiego Mossul nad rzeką Tygrysem, gdzie pierwotnie go wyrabiano i stamtąd przywieziono do Europy. Jest to cienka, rzadko tkana materja bawełniana, wełniana lub jedwabna. Są muśliny gładkie i wzorzyste. Niekiedy deseń jest tkany biały na białem tle zapomocą wplecionych w tkaninę grubych nitek.

A d a m a s z e k ma związek tylko pośredni z nazwą miasta Damaszka, i stąd nazwano tak tę tkaninę, gdyż piękne wzory, kwiaty i figury ją zdobiące, porównywano z pięknemi ornamentami, jakiemi zdobiono broń ze stali damasceńskiej. Podobnie jak atłasy, najpiękniejsze adamaszki wyrabia się we Francji. W Polsce fabrykuje się adamaszki w Krośnie, w Korczynie, Łodzi, Zgierzu i Pabjanicach. Istnieją adamaszki lniane i bawełniane, białe lub w kilku barwach.

G a z a, używana w introligatorstwie, zawdzięcza swą nazwę miastu tegoż nazwiska, stolicy Filistynów.

T a f t a, czarna materja jedwabna, jest pochodzenia perskiego, od słowa „taften" — błyszczeć.

Katun znany jest w Europie od w. XVII, pochodzi z Arabji, i oznacza materjał bawełniany; słowo arabskie: qutun — bawełna. Stąd i nazwa francuska: „coton“ oraz angielska: „cotton“.

Moire jest pochodzenia indyjskiego i oznacza: tkanina z włosia koziego; od indyjskiego słowa „maghar“ nazwali Turcy „moicar“, co oznacza tkaninę. Z biegiem czasu nazwa ta przyjęła brzmienie francuskie: moiré.

Z prawodawstwa

Ustawa o poborze 10% dodatku do niektórych podatków i opłat stemplowych. W numerze 16 „Dziennika Ustaw“ z dnia 26. 2. 31 r. zamieszczono następującą ustawę:

Ustawa z dnia 12 lutego 1931 r. o poborze 10% dodatku do niektórych podatków i opłat stemplowych.

Art. 1. (1) Upoważnia się Ministra Skarbu do pobierania dodatku w wysokości 10% do uiszczanych podatków bezpośrednich, podatków pośrednich, opłat stemplowych, podatku spadkowego i od darowizn, jako też do wpłacanych, względnie przymusowo ściąganych, zaległości wyżej wymienionych danin.

(2) Dodatek ten nie będzie pobierany do podatku od lokali i placów niezabudowanych, podatku majątkowego, daniny lasowej, opłat stemplowych, przewidzianych w art. 102 ustawy z dnia 1 lipca 1926 r. o opłatach stemplawych (Dz. U. R. P. Nr. 98, poz. 570), opłat celnych, jak również do dodatków samorządowych.

Art. 2. Wykonanie niniejszej ustawy porucza się Ministrowi Skarbu.

Art. 3. Ustawa niniejsza wchodzi w życie z dniem ogłoszenia, z mocą obowiązującą od dnia 1 kwietnia 1931 r.

Prezydent Rzeczypospolitej: I. Mościcki.
Prezes Rady Ministrów: W. Sławek.
Kierown. Min. Skarbu: Ignacy Matuszewski.

Z chwili bieżącej

Sprawa drukarń rządowych. Zgodnie z zapowiedzią rząd przystępuje obecnie do prac, będących w związku z reorganizacją i możliwą likwidacją zbędnych drukarń rządowych.

Rada Ministrów na posiedzeniu w dniu 12 lutego r. b. powołała do życia „Komisję do Zbadania Drukarń Rządowych“.

Przewodniczącym Komisji został p. Radca Wiktor Martin.

Na skutek naszych starań do Komisji tej wejdą w charakterze rzeczoznawców przedstawiciele naszego Związku pp. Lucjan Bogusławski i Dr. Zbigniew Koziański.

Cło na farby drukarskie. Zarządzenie Ministerstwa Skarbu, by farby drukarskie i litograficzne, zawierające pigment organiczny, clone były jako barwniki skoncentrowane, t. j. po zł 860.— za 100 kg, — zostało uchylone.

Departament ceł Ministerstwa Skarbu wydał orzeczenie następującej treści:

„Zgodnie z brzmieniem poz. 135 oraz poz. 137 p. 3 lit. b II, wszelkie farby gotowe oraz farby drukarskie, litograficzne i do powielania, przeznaczone do użycia bez żadnych przeróbek, zawierające pigment organiczny, należy clić według poz. 137 p. 3 lit. b taryfy celnej (farby drukarskie, litograficzne i do powielania, zawierające pigment organiczny — zł 260.— od 100 kg).

Natomiast farby o zawartości znacznej ilości pigmentu, nie przeznaczone do użycia jako farby do celów wyżej wymienionych, lecz do przeróbki na takie farby, względnie do użycia tylko po znacznem rozcieńczeniu, znane w handlu jako farby skoncentrowane, podlegają cłu według poz. 135 taryfy celnej.“

Związki gospodarcze odniosły się przychylnie dla Targów Jubileuszowych w Poznaniu. W roku bieżącym Targi Poznańskie weszły po raz pierwszy w jaknajściślejszy kontakt ze wszystkiemi poważnemi Związkami gospodarczemi, postępując w myśl ich wskazań i dezyderatów. W tej tak bliskiej współpracy wynikła znaczna racjonalizacja Targów oraz wciągnięcie w orbitę działalności Targów całego szeregu przedsiębiorstw, które dawniej od Targów stroniły. Związki gospodarcze, jak Izby Przemysłowo-Handlowe z Izbą Poznańską na czele, Związek Tow. Kupieckich, Związek Fabrykantów i szereg innych zainteresowały się samorzutnie Targami Poznańskiemi i starają się przyczynić jaknajbardziej do stworzenia z Targów Poznańskich jaknajpożyteczniejszej placówki gospodarczej, zastosowanej do produkcji polskiej, a nie imitującej targi zagraniczne. To przystosowanie Targów do potrzeb kraju będzie wielką zasługą naczelnych organizacyj gospodarczych Polski, przy poparciu których tegoroczne Targi przyniosą poważne korzyści w obecnym kryzysie gospodarczym, w którego końcowe stadjum wkroczyliśmy obecnie. Specjalne uznanie należy się Izbie Przemysłowo-Handlowej Poznańskiej, najstarszej w Polsce Izbie, która w zrozumieniu roli, jaką Targi odegrają w rozwoju i harmonizacji podaży i popytu intensywnie popiera Targi.

Drugi wiosenny Targ Katowicki odbędzie się w dniach od 22 maja do 8 czerwca 1931 r., na terenach wystawowych przy Parku Kościuszki w Katowicach, urządzony staraniem Śląskiego Towarzystwa Wystaw i Propagandy Gospodarczej.

Targi w środowisku przemysłowem mają specjalne znaczenie dla wystawców ze względu na dużą pojemność odbiorców terenu, na którym Targi się odbywają i dają możność osobistego zetknięcia się z wielkim przemysłem jak i zapoznanie się na miejscu z potrzebami i zapotrzebowaniem rynku. Na wiosenne Targi Katowickie zwracamy specjalną uwagę naszym Szanownym abonentom.

Rozmaitości

Powodzenie przemysłu drukarskiego w Danji. Przewodniczący stowarzyszenia drukarzy w Kopenhadze, Olaf Strandberg, podał do wiadomości publicznej, że przemysł drukarski w 1930 roku był korzystnie zatrudniony dzięki wzmagającemu się zapotrzebowaniu druków reklamowych. Od lutego 1930 roku atoli musiał przemysł drukarski płacić swym pracownikom wyższe myta, nie zyskawszy na to pokrycia.

Fachowa szkoła drukarska w Danji, „Tagsholen for Boghaandvärk“ z powodu przymusu składania egzaminów dla pomocników drukarskich została znacznie rozbudowaną i jest obecnie największą graficzną szkołą fachową Skandynawji.

Wiadomości z firm

Księgarnia i Drukarnia Katolicka S. A. w Katowicach. Do rejestru handlowego Sądu Grodzkiego w Katowicach wpisano w dniu 10 stycznia 1931 r. przy firmie Księgarnia i Drukarnia Katolicka S. A. w Katowicach, że celem spółki jest wydawnictwo, sprzedaż i rozpowszechnianie gazet, czasopism i książek oraz wykonywanie i sprzedaż wszelkich prac drukarskich i introligatorskich. Uchwałą walnego zebrania z dnia 24 czerwca 1930 r. uchwalono statut w nowem brzmieniu: Spółkę Akcyjną zastępuje jeden członek jeżeli zarząd składa się z jednej osoby, natomiast w liczbie dwóch jeżeli zarząd składa się z więcej osób. Jeżeli zarząd składa się z więcej osób podpisuje spółkę jeden prokurent z jednym członkiem zarządu.

PRZEGLĄD WYDAWNICZY

Organ O. P. Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism

Informacje prasowe w wycinkach oraz ich wytwórnie

(Dokończenie z nr. 9.)

Inne biura uważają się tylko za „echo prasy“ jak np. jedno z biur włoskich (L‘ Ecco della stampa“), wówczas, gdy drugie w Italji biuro nazywa się „Araldo della stampa“ („heroldem prasy“). Za „pomocnika prasy“ podaje się w swym tytule belgijskie biuro wycinków („L‘Auxiliaire de la presse“). Natomiast tylko za „obserwatora“, oczywiście prasy, uważa się wiedeńskie biuro wycinków („Observer“). Tylko „widzem“ chce być, sądząc z nazwy, jedno z dwóch istniejących w Pradze Czeskiej biur wycinkowych — a mianowicie niemieckie, tytułujące się z angielska „The Spectator“, wówczas gdy drugie tamtejsze biuro czeskie wyraża przez swój również z angielska brzmiący tytuł chęć zarzucenia swemi wycinkami Europy Środkowej (Centrale Europa — Clipping-Bureau).

Są też biura łączące ze skromną nazwą „wycinków“ ich międzynarodowość lub powszechność, j. np. duńskie, które nazywa się „międzynarodowym wycinkiem“ („Internationalt avisudclipp“. Skromniejszem jest w swej nazwie, brzmiącej figlarnie po polsku, „listek“, węgierskie biuro wycinków („Fygyöle“). Jeszcze skromniej nazywa się „nożycami“ („Die Schere“) jedno ze szwajcarskich biur wycinkowych, gdyż nie można go, jako istniejącego w znanej ze swej demokratyczności Helwecji, posądzać o chęć używania tej nazwy, jako szyldu herbowego z wizerunkiem na nim nnajważniejszego narzędzia swej pracy...

Najskromniej nazywają się niemieckie biura wycinków, ponieważ za nazwę im służy przeważnie określenie: „biuro wycinków gazetowych“ (Zeitungsausschnitte-Bureau) z dodaniem doń tylko nazwiska właściciela, np. Gerstmann‘s, Klose‘s, Schustermann‘s i inn.

W podobny sposób nazywa się też jedno z angielskich biur wycinków („Romeike and Curtice — Clipping-Bureau“) wówczas, gdy dwa inne w Wielkiej Brytanji biura wycinków dodają do nazwy swej albo: „universal“, albo „international“...

Jest też jedno biuro wycinków, które używa nazwy, mającej zapewne świadczyć, że może dostarczać „wycinki w wielu językach“ („Polyglot“) — w Portugalji.

Wreszcie tylko jedno z europejskich biur wycinków używa nazwy podobnej do nazwy polskiego biura wycinków, — do „Informacji Prasowej Polskiej“. Jest niem hiszpańskie biuro wycinków: „Informacion Periodistica“...

Wszystkie te i kilka innych biur wycinków, istniejących w Europie, częściowo zaś i w Ameryce, gdzie jest ich więcej i gdzie zorganizowane są na innych, niż europejskie, zasadach, — są, podobnie do ajencyj prasowych, w stałych i ciągłych stosunkach wzajemnej wymiany wycinków. Każde z nich wytwarza wycinki tylko z prasy własnego kraju, dostarczać może jednak i dostarcza swym abonentom wycinki nie tylko z prasy krajowej, ale i z prasy innych krajów. Jest to możliwe dzięki temu, że każda ajencja wycinkowa otrzymuje potrzebne dla swoich abonentów wycinki z ajencyj zaprzyjaźnionych z innych krajów. Każde więc z biur wycinków dzięki usankcjonowanemu już wieloletnią praktyką systemowi zgodnej współpracy wymiennej z innemi biurami, — mogłoby nazywać się powszechnem lub międzynarodowem biurem wycinków — powszechną informacją prasową.

Wszystkie biura wycinków nazwać też można by było czatowniami informacyj prasowych. Zaopatrzone w czujny argusowy wzrok, który wszystko widzi w prasie, oraz wyławiają nożycami z toni łamów gazet i czasopism wszystko, co ma najmniejszą nawet wartość informacyjną dla tych, którzy czatowanie to im zlecili.

Biura wycinków — to placówki bezwzględnie prasowe, bardzo pożyteczne w całokształcie ustroju prasy, jako organy niezawisłej kontroli nad jej treścią celem uzupełniania wiadomości, podawanych przez jedne wydawnictwa, wiadomościami, znajdującemi się w innych wydawnictwach. Jest to kontrola szlachetna, zmierzająca do umożliwienia czytelnikowi prasy możliwie najdokładniejszych obrazów wydarzeń i spraw życia publicznego w naświetleniu nie jednostronnem, a możliwie w różnych naświetleniach. W ten sposób biura wycinków umożliwiają swym prenumeratorom zapoznawanie się z całokształtem opinji prasy, a nie z jej cząstką, jaką otrzymuje czytelnik jednej tylko gazety.

Abonowanie wycinków — zazwyczaj na temat jednego lub paru tylko zagadnień, — nie wyklucza zaniechania czytania zwykle przez ich odbiorcę stałej jego jednej lub kilku nawet gazet, ponieważ nikt nie może zasklepiać się w jednej lub w paru specjalnościach i w czytywanej gazecie oraz czytywanych pozatem czasopismach znajduje obraz całokształtu życia publicznego w innych dziedzinach poza temi, które go specjalnie interesują.

Abonowanie wycinków przyczynia się nawet do zwiększenia się czytelnictwa. Dzięki otrzymywaniu wycinków przeważnie ze wszystkich pism, abonent ich dowiaduje się z nich zazwyczaj o istnieniu niejednego pisma. Zawarte w wycinkach informacje bardzo często zwracają uwagę na pisma, z których pochodzą, oraz zachęcają do zapoznawania się z temi

pismami dla różnych powodów i względów, a nawet i stałego ich prenumerowania lub kupowania.

Nadto biura wycinków są same bardzo poważnymi odbiorcami wydawnictw, gdyż zniewolone są poza egzemplarzami bezpłatnymi, otrzymywanemi wzamian za dostarczane wydawnictwom wycinki ze wzmiankami o nich w innych wydawnictwach doabonowywać stale, a także, w razie potrzeby, i dokupywać pojedyńczo, mniejsze lub większe, liczby egzemplarzy...

Przy większości biur wycinków istnieją kantory dzienników i czasopism, pośredniczące w ich prenumeracie. W ten sposób biura wycinków ułatwiają również rozpowszechnianie się wydawnictw prasowych.

Wreszcie, dzięki stałemu „przerabianiu" gazet i czasopism na wycinki, biura wycinków muszą orjentować się same w zmianach, jakie zachodzą w stałej nieomal fluktuacji wydawniczej, oraz w zmianach w treści organów prasy. Stają się więc z czasem doskonałemi przeważnie źródłami informacyjnemi o sprawach prasowych i mogą udzielać oraz udzielają przeważnie porad w sprawach wydawniczych, prenumeracyjnych i innych, związanych z prasą.

Niektóre z biur wycinków starają się współdziałać z prasą w inny jeszcze sposób; przedewszystkiem zaś, dzięki posiadaniu mniej lub bardziej zasobnych archiwów i zbiorów prasowych, współdziałać mogą w urządzaniu pokazów prasowych... Czyniło to niejednokrotnie jedno z paryskich biur wycinków, czyniła to również kilkakrotnie „Informacja Prasowa Polska", współpracując przy urządzaniu naprzykład wystawy prasy polskiej we Lwowie w r. 1921, w Konstantynopolu r. 1922, w r. 1928 w Kolonji i w r. 1929 na PWK. w Poznaniu.

Działalność tak szeroko zakreślona pozwala niektóre z biur wycinków uważać za instytuty popierania prasy lub za „instytuty propagandy prasy". Tak naprzykład, jak nazwało jedno z czasopism fachowych zagranicznych biuro „Informacji Prasowej Polskiej" „instytutem propagandowym prasy polskiej", podnosząc, że działalność propagandowa tej instytucji wyraziła się nie tylko w wytwórczości wycinków, ale i w publikowaniu wydawnictw informacyjnych o prasie („Bibljoteka Prasowa Polska" — wydawnictwo zeszytowe, przekazane w roku ub. Towarzystwu Wyższej Szkoły Dziennikarskiej jako zaczątek przyszłej stałej publikacji projektowanego Instytutu Prasoznawczego w Warszawie), oraz w urządzaniu wystaw prasowych, a także w innych poczynaniach, związanych z całą działalnością tej placówki prasowej w Polsce.

Są więc biura wycinków nie tylko czatowniami ech wiadomości i głosów prasowych, nie tylko „nożycami", łowiącemi te głosy i ich echa w nurtach i odmętach prasy, ale i „heroldami" rozsyłanej w wycinkach po całym globie ziemskim prawdy informacji prasowej.

Veritus — peritus.

Z chwil bieżącej

Nowa ustawa prasowa w Polsce. W łonie Bezpartyjnego Bloku Współpracy z Rządem, spośród wielu prac ustawodawczych, przygotowywana jest nowa ustawa prasowa. Obecnie prace przygotowawcze nad nowem prawem prasowem prowadzi pos. Roman Bogdani, wraz z Ministerstwem Sprawiedliwości.

Rozmaitości

13 miljonów książek Lenina. Liczba książek Lenina, wydanych od roku 1923 wynosi 7 miljonów. W roku bieżącym moskiewskie wydawnictwo państwowe wypuściło na rynek księgarski dalszych 6 miljonów, tak że z końcem r. 1931 liczba wydanych dzieł Lenina wyniesie ogółem 13 miljonów.

Wystawa dzieł Bourdelle'a w Pradze. W połowie maja rb. praski Związek Artystów Plastyków „Manes" urządza w salach wystawowych swego nowego gmachu na wybrzeżu Riegra, wielką, pośmiertną wystawę dzieł znakomitego rzeźbiarza francuskiego, E. A. Bourdelle'a. Wystawa ta, będzie drugą z rzędu, pierwszą bowiem urządził w roku 1909, wybitny malarz czeski Manes. Wszystkie dzieła Bourdelle'a, znajdujące się obecnie na wystawie w Paryżu, zostaną przewiezione do Pragi, która z wielkiem zainteresowaniem oczekuje otwarcia wystawy „ojca rzeźby francuskiej".

Wśród wspaniałych eksponatów, znajdą się na wystawie dzieła tej miary, co: Herakles, Głowa Heraklesa, Bachantka, Penelopa, Popiersie malarza Carpeuxa, cztery reliefy. Podobizny: Rodina, Beethovena, śmierć łąbędzia, posąg Apollina, Umierający Centaur, Panna, medal czechosłowackiej rewolucji i cały szereg rzeźb, studjów i szkiców.

Z wydawnictw

„Prasa" — Organ Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. Ukazał się numer 2-gi tego wydawnictwa w objętości 20 stron, zawierający następującą treść: Witold Giełżyński — „Rekrutacja dziennikarzy", Jerzy Szapiro — „Trusty prasowe" (Stany Zjednoczone Ameryki Północnej), Wiktor Natanson — „Zakres odpowiedzialności redaktora odpowiedzialnego czasopisma", M. G. — „W sprawie konfiskat", Z działalności Związku Wydawców Dzienników i Czasopism oraz Związku Syndykatów Dziennikarzy, Kronika Krajowa, Rynek Krajowy, Przegląd Ustaw i Rozporządzeń, Kronika Zagraniczna, Przegląd Piśmiennictwa.

Wiadomości z firm

Upadłość firmy „Gdyńskie Zakłady Wydawnicze", Sp. z ogr. odp. w Gdyni. W sprawie postępowania upadłościowego firmy Gdyńskie Zakłady Wydawnicze, Sp. z ogr. odp. zastąp. przez kierowników T. Ziółkowskiego w Gdańsku, Wallwebergasse 15 i Teofila Nitka w Gdyni, Kamienna Góra, willa Wanda, Sąd Grodzki w Gdyni zastanawia z dniem 24. 2. 31 r. postępowanie upadłościowe z powodu braku masy oraz niezaliczenia dalszej gotówki na pokrycie kosztów mazalnych.

„Gazeta Powszechna", Sp. Akc. w Poznaniu. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonarjuszów odbędzie się dnia 24 marca 1931 r., o godz. 15-ej w lokalu Spółki w Poznaniu, przy Alejach Marcinkowskiego Nr. 18.

„Literatura Światowa", właśc. L. Macha w Katowicach. Do rejestru handlowego Sądu Grodzkiego w Katowicach wpisaną została w dniu 16 stycznia 1931 roku firma Literatura Światowa, właśc. Leonard Macha, Katowice, i jej właściciel, Leonard Macha, kupiec w Katowicach.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Rady Zrzeszeń Kupiectwa Gałęzi Papierniczo-Piśmienniczej z siedzibą w Warszawie

Utworzenie Syndykatu Polskich Fabryk celulozy a zniżka cen

W styczniu i lutym mieliśmy kilkoprocentowy spadek cen papieru na rynku krajowym. Ostatnio z ważnością od 1 ub. m. mamy do zanotowania spadek cen celulozy sulfitowej niebielonej z 54.50 względnie 52.87 na 46 zł za 100 kg loco stacja odbiorcza, bielonej z 73—78 na 64 zł, czyli spadek wynosi około 15 procent. Jednocześnie powstał Syndykat sprzedaży fabryk celulozy pod nazwą „Centroceluloza", do którego przystąpiły wszystkie fabryki wyrabiające celulozę sulfitową, a więc koncern „Steinhagen i Saenger", Górnośląska fabryka celulozy i papieru i „Klucze", chociaż ta ostatnia produkcję swoją w dziale celulozy rozpoczyna dopiero od 15 kwietnia. Mamy więc w dziale celulozy spadek znacznie większy niż w papierze. Obecnie ceny celulozy sulfitowej w kraju odpowiadają mniejwięcej cenom rynku światowego plus nasze cło. Jeżeli bowiem szwedzką celulozę sulfitową nie bieloną cif porty północno-europejskie sprzedaje się średnio zł 9.50 za tonnę, to wynosi to 41 zł za 100 kg plus cło 5.80, które dotychczas obowiązuje w praktyce, mimo podwyżki stawek celnych, co razem uczyni około 46 zł. Jeżeli chodzi o bieloną, to cena jej na rynku światowym wynosi Ł 13.50, czyli 59 zł plus to samo cło 5.80, da cenę około 65 zł. Jeżeli chodzi o ceny wewnętrzne w innych krajach, to w Niemczech niebielona kosztuje marek 23.50, t. j. około 48 zł, bielona marek 27.58, t. j. około 56 zł. Bielona więc celuloza w Niemczech jest znacznie tańsza niż u nas, na co w znacznej mierze wpływa drożyzna chlorku bielącego, który kosztuje u nas zł 36—38 za 100 kg, a w Niemczech marek 9 czyli około 20 zł. Mamy bowiem w kraju bardzo wysokie cło na ten artykuł chemiczny, ostatnio jeszcze podwyższone do 24 zł od 100 kg, tak że fabryki nasze wykorzystują prawie w pełnej wysokości ochronę celną. Trzeba wziąć pod uwagę, że przy bieleniu celulozy, biorąc wagowo, 15 procent przypada na chlorek czyli 15 procent od 24 zł cła wyniesie 4 zł i tyle nasza celuloza bielona musi być droższa od celulozy niemieckiej.

W Czechach ceny wewnętrzne celulozy nie są ściśle określone, niema tam bowiem syndykatu jak w Niemczech i w Polsce, mniejwięcej jednak są na wysokości wewnętrznych cen niemieckich. Francja importuje celulozę, ceny jej więc wewnętrzne równają się cenom międzynarodowym plus cło.

W eksporcie do Francji bierze udział i Polska, sprzedając celulozę sulfitową niebieloną cif Rouen po Ł 8.50 do 9 za tonnę, bielonej nie eksportujemy wskutek wysokiej ceny chlorku na naszym rynku krajowym. W ostatnio zawartem międzynarodowem porozumieniu celulozowem, do którego przystąpiły: Szwecja, Norwegja, Finlandja, Niemcy i Czechosłowacja, i które ograniczyło produkcję o 15 procent, t. j. o 450 tys. tonn w stosunku rocznym, narazie nie jesteśmy zainteresowani, ceny bowiem światowe są obecnie niskie i trzeba wyczekać, czy Międzynarodowemu Syndykatowi uda się ustabilizować ceny na wyższym poziomie. Z tej też racji trudnym jest do zrealizowania postulat handlu drzewnego, aby nadmiar papierówki, który obecnie powstał na skutek zamknięcia naszego eksportu do fabryk w Prusach Wschodnich, można było przerobić na celulozę i w ten sposób utrzymać eksport. Jeżeli n. p. chodzi o celulozę natronową, to jedyna fabryka w kraju, produkująca ten artykuł, a mianowicie „Natronag" na rynek krajowy nie sprzedaje. Szwedzka zaś celuloza natronowa kosztuje u nas razem z cłem 39 zł, przywozi się jej miesięcznie około 70 tonn, a więc rocznie około 1000 tonn. Trzebaby jednak zaradzić i na ten zbędny import.

Z historji włoskiej produkcji papieru

Przypuszcza się, że w Sycylji wyrabiano papier już w 11 stuleciu. Istnieje dokument z 1102 roku, z którego wynika, że pewien król normandzki pewnej rodzinie w Sycylji nadaje przywilej wyrabiania papieru. Już w 1221 roku Fryderyk II zakazał notarjuszom w Neapolu i innych miastach spisywania dokumentów na papierze, który w owych czasach uważano za niewystarczający namiastek pergaminu. Również wspomniany król wydał był rozporządzenie, że wszystkie dokumenty sporządzone na papierze powinny być w przeciągu dwu łat przepisane na pergaminie.

Już w dwunastem stuleciu wyrabiano papier we Fabriano we Włoszech środkowych. Dalsze młyny papiernicze powstały następnie w okolicach Bolonji, a szczególnie licznie pod Genuą. Genueńscy wytwórcy papieru licznie wędrowali zagranicę, dokąd ich wzywano szczególnie do Francji i Hiszpanji w celu zakładania młynów papierniczych i objęcia kierownictwa nad nimi. Rząd genueński wydał w 1520 roku stanowczy i powtórny zakaz emigrowania wytwórców papieru z Genui zagranicę.

W 1862 roku naliczono w całych Włoszech 687 kadzi i tylko 59 maszyn papierniczych, a do roku 1925 liczba kadzi papierniczych spadła na 25, a liczba maszyn wyrabiających papier pomnożyła się na 622, w tej liczbie 346 maszyn z okrągłemi rzeszotami. Produkcja papieru we Włoszech wynosiła w 1929 roku nieco ponad 350 000 tonn.

Ponieważ we Włoszech roczna konsumcja papieru wynosi na głowę ludności tylko 9 kg,

wobec 26 kg w Niemczech i 70 kg w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej, przeto konsumcję papieru we Włoszech można jeszcze znacznie spotęgować.

Z zagranicznego handlu i przemysłu papierniczego

Czechosłowacja. Czechosłowacki przemysł papierniczy podobnie, jak inne krajowe przemysły, ucierpiał wielce wskutek czechosłowacko-węgierskiej wojny celnej. Skutki tej wojny celnej bardzo prędko się zjawiły. Węgierski import papieru, głównie papieru opakunkowego i rotacyjnego, dochodził niemal do 80 procent z Czechosłowacji; od 15 grudnia roku zeszłego począwszy wywóz ten zupełnie ustał. Cło za papier opakunkowy podwyższono z 7,50 na 10, za tekturę dachową z 4 na 8 koron w złocie za 100 kg. A co najważniejsze, że zezwoleń na dowóz niemal zupełnie uzyskać nie można. Również w innych gatunkach papier pozostawia zbyt wiele do życzenia.

Skandynawja. Położenie na skandynawskim rynku zbytu jest wyczekujące, mianowicie pod względem ceny za papier rotacyjny. Położenia dotychczas ogarnąć nie można, ponieważ położenie w Kanadzie, który to kraj coraz to większy wpływ pod względem ceny wywiera na światowym rynku papierniczym, nie jest dotychczas dostatecznie ustalone. Producenci są jednakże zdania, że cena się ustali, gdyż koncern International oświadczył, że pozostanie przy swojej cenie.

Popyt na silny papier opakunkowy jest niewielki. Sulfitowe papiery do owijania są stanowczo łatwiejsze w zbycie, tak co do stałości ceny jak ilości obrotu. Za papier odporny wobec tłuszczu zniżono ponownie cenę o 10 szylingów na tonnie.

Powszechnie produkcja przerasta konsumcję.

Ameryka. Kanadyjskie fabryki papieru gazetowego wyprodukowały w pierwszych jedenastu miesiącach 1930 roku 182 tysiące tonn mniej, aniżeli w tym samym okresie uprzedniego roku, czyli około 7 procent mniej. Produkcja w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej była o 92 000 amerykańskich tonn (po 907 kg) czyli również o 7 procent mniejszą, aniżeli w roku ubiegłym. W listopadzie pracowały tak kanadyjskie jako też fabryki papieru gazetowego w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej z 68 procent swej zdolności produkcyjnej; natomiast fabryki papieru gazetowego w Nowej Fundlandji zatrudnione były z 105 procent swej zdolności produkcyjnej.

Z chwili bieżącej

Przemysł papierniczy a Liga Samowystarczalności Gospodarczej. Stan przemysłu papierniczego w Polsce, przeżywający w chwili obecnej kryzys, wymaga zastosowania środków, mających na celu jego złagodzenie. Liga Samowystarczalności Gospodarczej podejmuje obecnie akcję propagandową, mającą na celu wzmożenie konsumcji wewnętrznej wyrobów krajowych przemysłu papierniczego. Konieczność tej akcji nasuwają już wstępne materjały zebrane przez Ligę, wykazujące zbędność importu w wielu dziedzinach przemysłu papierniczego. Akcja oprze się na: propagowaniu konsumcji wyrobów papierniczych krajowych na terenie urzędów i odbiorców rządowych; współpracy z kupcami i producentami (urządzanie kiosków i konkursów wystaw); propagandzie wśród konsumentów przez prasę, radjo i szkoły.

Nowy podatek od kart do gry. Rząd zgłosił do Sejmu projekt ustawy o podatku od karty do gry, który już na najbliższem posiedzeniu Sejmu ma być rozpatrzony i odesłany do komisji. Projekt przewiduje opodatkowanie kart do gry, wyrabianych w kraju, oraz sprowadzanych z zagranicy i z w. m. Gdańska. Natomiast karty, przeznaczone na eksport, będą zwolnione od podatku.

Dotychczas każda talja kart do gry obciążona była opłatami 50 gr na skarb i 25 gr na Czerwony Krzyż. Obecnie podatek skarbowy od każdej zwykłej talji kart wynosić będzie 2 zł, a od talji sporządzonej z płótna, jedwabiu itp. — 5 zł. Ponadto każda talja obciążona będzie opłatą na rzecz Czerwonego Krzyża w wysokości 1 zł.

Rozmaitości

Fałszywe banknoty 100-złotowe w Jugosławji. Jugosłowiańskie władze skarbowe stwierdziły, że na terenie ich państwa znajdują się od dłuższego czasu w obiegu fałszywe polskie banknoty 100-złotowe. Władze podjęły energiczne dochodzenia, celem wytropienia fałszerzy.

Bankructwo najstarszej fabryki celulozy w Niemczech. Fabryka celulozy w Hannover-München, Spółka akcyjna, zgłosiła upadłość majątkową. Układy z wierzycielami rozbiły się. Zobowiązania wobec wierzycieli nie ustalono jeszcze. Rozchodzi się o najstarszą fabrykę masy błonnikowej, założoną w 1877 roku przez profesora Mitscherlicha.

Wiadomości z firm

„Papier", Sp. Akc. w Wilnie. Zwyczajne Walne Zgromadzenie odbędzie się w Wilnie, dnia 28 marca 1931 r., o godz. 6-ej po południu, w lokalu S-ki przy ul. Zawalnej 13.

Telefon nr. 25-55 — Adres Redakcji i Administracji: Poznań, ul. Masztalarska 8 — P. K. O. Poznań 202 868

Ostatni materjał redakcyjny przyjmuje się do poniedziałku godz. 18-tej. — Przedruk artykułów dozwolony tylko za zgodą redakcji — całego resztującego materjału informacyjnego w naszem słowabrzmieniu tylko za podaniem źródła.

Ceny ogłoszeń: 1/1 strona 100 zł, 1/2 str. 50 zł, 1/4 str. 25 zł, 1/8 str. 12,50 zł, 1/16 str. 6,25 zł, 1/32 str. 3,25 zł Na stronie I. okładki 100% na str. II, III i IV okładki 50% więcej. — Ogłoszenia drobne 30 gr. za wiersz nonp. — Dla poszukujących pracy (najwyżej 8 wierszy) bezpłatnie.

Przedpłata kwartalna 6,00 zł, miesięczna 2,00 zł, z dostawą do domu — Numer pojedyńczy 50 gr.

WYDAWCA: Hurtownia Drukarska Spółka z o. odp. w Poznaniu, ul. Masztalarska 8. — Red. odp. Teodor Kryg w Poznaniu

Czcionkami Drukarni Polskiej Sp. Akc. w Poznaniu, św. Marcin 70.

2 Liniarki
prawie nowe korzystnie **sprzedam**
F. LÜDECKE, A. G. Gdańsk,
Langgasse 40.

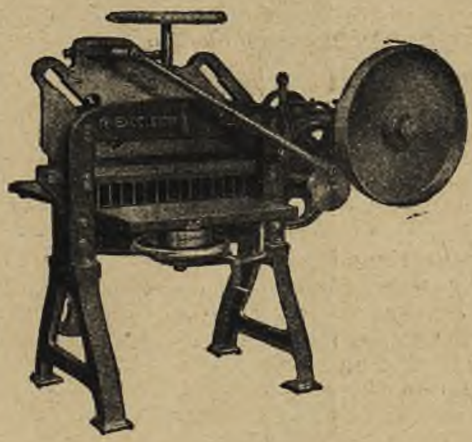
Perforówkę
ręczną używaną, w dobrym stanie, z grzebieniem do 50 cm **poszukuje** się celem **kupna** Oferty pod „Perforówka" do „Przegl Graf." nr. 22

Etykiety artystyczne
tłoczone na relief i lampiony wszelkiego rodzaju, wykonuje masowo
A. JÓŹWIAK
Poznań, Jeżycka 16
nr. 21

POLSKA GAZETA INTROLIGATORSKA

Jedyne czasopismo niezależne, poświęcone sprawom Introligatorstwa Polskiego, wychodzi w Poznaniu i kosztuje kwartalnie 3,30 zł, rocznie 13,20 zł.

Redakcja i administracja w Poznaniu ul. Piekary 8a



„EXCELSIOR"

FABRYKA MASZYN CARL THÜMECKE
w GDAŃSKU
Weidengasse 35-38 — Telefon nr. 25-524 i 25-525.

Bronzy złote

poleca

Hurtownia Drukarska
Sp. z ogr. odp.
Telefon 25-55 **POZNAŃ** Masztalarska 8

A. FIEDLER KLISZE
POZNAŃ KRESKOWE
DŁUGA 11 AUTOTYPIE
TEL. 3811 TRÓJBARWNE

Pracownicy graficzni
zaabonować mogą
Przegląd Graficzny, Wyd. i Papierniczy
na warunkach ulgowych!

Zecer
lat 25, energiczny, dzielny w swym zawodzie, poszukuje jakiejkolwiek posady. Zgłoszenia do administra- „Przeglądu Graficznego", pod nr. 25 g.

Linotypista
znający dokładnie wszelkie systemy linotyp, biegły w polskim, niemieckim i francuskim, poszukuje zaraz posady Miejscowość obojętna. Łaskawe oferty do administracji „Przeglądu Graficznego" nr. 27 g.

Szwajcerdegen
zwolniony z wojska, władający językiem polskim i niemieckim, posz. posady. Zgł. do „Przegl. Graf." 26 g.

Linotypista
odlewacz z kilkuletnią praktyką poszukuje posady. Miejscowość obojętna. Łaskawe oferty do „Przeglądu Graficznego" 28 g.

Drukarz-maszynista
lat 30, poszukuje posady. Adres: **Stefan Strzelecki**, Poznań, Romana Szymańskiego 5. [19 g.

Linotypista
bardzo biegły składacz, (10 lat nieprzerwanej pracy), może natychmiast objąć posadę, (tylko na polską klaw.) obojętnie w jakiej miejscowości. Łaskawe oferty do „Przegl. Graf" pod 30 g

Linjarz
z długoletnią praktyką, na maszyny jedno i dwustronne, na wszelkie prace linjarskie, poszukuje posady. Miejscowość obojętna. Łaskawe oferty do „Przeglądu Graficznego" pod nr. 29 g.

Introligator
obeznany z pracami hurtowemi, złoceniami brzegów, maszynami do linjowania, falcowania i dużej maszynie do krajania (jako krajacz), posz. posady. Miejscowość obojętna. „Przegląd" 22 g.

Fachowiec
rutynowany, I a akcydensista kalkulator, obeznany z nowoczesną organizacją pracy, mistrz drukarski, lat 38, pragnie zmienić posadę. Łask zgłoszenia do „Przeglądu Graf." pod nr. 21 g